

令和 6 年度広報計画（案）について

広報基本方針（案）

1. 趣旨・目的

全国健康保険協会（以下「協会」という。）では、これまで、保険料率、財政状況、健康保険給付、健康づくりや医療費適正化の取組等について、ホームページや広報チラシ等を活用した広報に取り組んできたところ。

その際、協会設立時からの都道府県単位で自主自律の運営を行うとの方針に従い、保険料率広報などの一部の広報を除き、支部自らの創意工夫に基づき支部中心の広報を実施してきた。

同時に、第5期保険者機能強化アクションプラン（令和3～5年度）のもと、本部・支部間において統一かつ効率的な広報を推進するため、「協会けんぽ GUIDE BOOK」「保健事業～健康づくりへのサポート～（動画）」などの全支部共通広報資材を作成するなどの取組も進めた。

一方、厳しさを増す財政状況の中で、協会の運営を将来にわたって円滑に実施していくためには、協会財政の状況や健康づくり等の取組の内容・意義について、加入者・事業主により一層の理解を求めていく必要がある。また、各種制度改正に対応した周知広報への積極的な取組も求められている。

こうした状況から、今後、戦略的で効果的な広報の充実が強く求められるが、協会の広報対象は約4,000万人の加入者、約250万事業所と非常に多い。この特性を踏まえ、

- ①加入者や事業主の視点に立った分かりやすい広報を
- ②広報テーマや対象に応じた多様な手法を組み合わせながら
- ③本部・支部間の一層の連携と役割分担に基づき、統一的、計画的及び効果的に実施するため、本基本方針を策定する。

2. 基本姿勢

（1）加入者・事業主目線で、分かりやすくアクセスしやすい広報を強化

加入者・事業主（以下「加入者等」という。）の視点に立ち、加入者等にとって分かりやすい表現で、レイアウトやデザイン等見やすさにも配慮した広報を行う。また、発信した情報へのアクセシビリティの向上に努める。

（2）テーマに応じ多様な広報媒体や手法を組み合わせ、効果的な広報を強化

「何を」「誰に」「どのように」伝えるか意識し、広報テーマや対象に応じた広報媒体や手法を選定したうえで、効果的な広報を実施する。従来から実施してきたチラシやメールマガジン等に加え、ホームページを情報発信の中核として位置付け、その内容の充実やアクセシビリティの向上に取り組むとともに、SNSを活用した多様な広報に取り組む。

(3) 本部は統一的観点から、支部は地域・職域特性を踏まえ、連携して広報を強化

本部と各都道府県に所在する支部という協会の組織特性を活かし、

- ・本部は、統一的に使用可能な広報コンテンツの作成等、全国で一律に周知すべき内容を中心とした広報を実施する
 - ・支部は、本部の広報及び、支部における地域・職域特性を踏まえ、事業計画との整合を図りながら、関係団体との「顔の見える地域ネットワーク」や、加入者にとって身近な存在である健康保険委員を活用して、きめ細かな広報を実施する
- との役割分担のもと、連携して広報を行う。

(4) 評価・検証・改善のプロセス（PDCAサイクル）を回す

協会が実施する広報について、加入者、事業主、関係団体、健康保険委員等の意見を踏まえ、不断の改善を図る。

3. 広報テーマ

協会が取り組むべき主な広報テーマは以下のとおり。

(1) 健康づくりの取組

健診、保健指導、重症化予防といった健康づくりについて、加入者のQOLの向上などの意義に係る理解促進・取組推進が図られるよう広報に取り組む。

(2) 健康保険制度や各種給付金等の申請方法等の周知

加入者等の協会に対する信頼の基盤である迅速かつ円滑な事務処理を実現すべく、健康保険制度や各種給付金等の申請方法等について周知する。

(3) 協会の財政状況、医療費適正化等の取組

毎年度の保険料率広報のみならず、楽観視できない協会の財政状況や将来の見通し、保険料率の上昇を抑えるための医療費適正化等の取組等について周知・啓発し、協会の運営に対する加入者等の理解を深める。

(4) 制度改正などに対応したタイムリーな情報発信や周知

医療保険制度の改正等の動向を踏まえ、加入者等が円滑に保険診療や必要なサービスを受けられるよう、時宜に応じた周知広報に取り組む。

4. 広報計画の策定・実施

本部及び支部は、本方針及び当該年度の本部及び支部事業計画を踏まえ、広報計画を毎年度策定し、実施する。

(1) 本部広報計画

- ・当該年度の広報の取組方針を提示
- ・当該方針に基づき、本部として取り組む事項を提示
- ・当該年度における最重点広報テーマを選定
- ・当該年度における重点広報テーマを複数選定
- ・当該年度、制度改正などにより集中的に周知すべき広報テーマがある場合には、特別広報テーマを設定
- ・それらのテーマについての具体的な広報対象、手法、実施時期を記載
- ・最重点広報テーマ及び特別広報テーマに係る予算については、支部保険者機能強化予算とは別に措置

(2) 支部広報計画

- ・当該年度の広報の取組方針を提示
 - ・当該方針に基づき、支部として取り組む事項を提示
 - ・当該年度の最重点広報テーマに係る具体的な取組・実施時期を記載（※）
 - ・当該年度の重点広報テーマから支部の地域・職域特性を踏まえ重点的に広報すべきものを選定し、具体的な取組・実施時期を記載（※）
 - ・特別広報テーマが設定されている場合は、当該テーマに係る具体的な取組を記載（※）
- （※）関係団体との「顔の見える地域ネットワーク」や健康保険委員の活用策、地元メディアへの発信について、取組内容に必ず記載

5. その他

本方針については、アクションプランの改定に合わせて、見直しの必要性を検討し、必要に応じて改定する。

● 令和6年度の広報の取組方針

協会けんぽは、平成20年10月の設立より、日本最大の医療保険者として、保険料率、財政状況、健康保険給付、健康づくりや医療費適正化の取組等について、ホームページや広報チラシ等を活用した広報に取り組んできた。その際、協会設立時からの都道府県単位で自主自律の運営を行うとの方針に従い、保険料率広報等の一部の広報を除き、支部自らの創意工夫に基づき支部中心の広報を実施してきた。

一方、協会財政については、保険料率10%を維持した場合、令和7年度～9年度に収支差が赤字になる見込みである。将来的に保険料率を引き上げざるを得ない事態も想定し、第6期アクションプラン（令和6年度～8年度）の期間中に、協会財政の状況や健康づくりなどの取組の内容や意義について、加入者・事業主により一層の理解を求めることの重要性が増している。

こうした経緯を踏まえ策定された「広報基本方針」に基づき、「広報計画」を策定する。

令和6年度の本部広報計画（以下、「本計画」という。）においては、

- 広報計画策定初年度であることに鑑み、本部として、ホームページのリニューアルに向けた検討やSNSの運用開始等、今後協会の広報を充実させていくうえで礎となる部分を固めるとともに、
- 最重点広報テーマとして、「健康づくりサイクルの定着」（毎年確実に健診を受診し、健診結果に応じた行動（特定保健指導の利用や医療機関への早期受診）をとることの重要性の周知を図る）を
- 重点広報テーマとして、
 - ・「協会の財政状況」（令和7年度～9年度に収支差が赤字になる見込みであるため、厳しい財政状況の周知を図る）
 - ・「医療費適正化」（令和6年度から第4期医療費適正化計画が開始されるため、当該計画に基づく取組を広報する）
 - ・「コラボヘルス」（商工会議所との連携及びプロセス及びコンテンツの標準化を踏まえ広報する）
 - ・「保険給付の申請」（新様式での申請の徹底・記載誤りの減少により、自動審査率の向上を図る）等を選定する。
- 特別広報テーマとして、令和6年秋に健康保険証の廃止が予定されていることを踏まえ、「マイナンバーと健康保険証の一体化」を設定する。

本計画に掲げた事項の実践を通じ、健康づくりや医療費適正化などの協会の使命について、本部・支部で統一的・計画的に周知・広報し、加入者・事業主の一層の理解を得ていく。

● 令和6年度の本部における取組

取組	取組内容	スケジュール
統一感のある 広報	協会イメージの定着・向上を図るため、本部・支部で統一感のあるデザインを使用(ブランディング)する。	令和6年度を通じて実施
ホームページ	直感的に操作できて、必要な情報に難なくたどり着けるホームページとするため、 ①協会職員で対応可能な課題(掲載内容の簡潔化等)については、随時の見直しを実施するとともに、 ②情報量が多く、必要な情報にたどりつけない等システム改修が必要な課題については、リニューアルで対応する。	[現ホームページ] ・チャットボットの本格導入など、令和6年度を通じて随時見直し [新ホームページ] ・令和5年度に策定したリニューアル方針のもと、令和6年度制作開始
SNS (LINE)	スマートフォンの普及とともに、SNSを通じた情報収集が主流となりつつあること、また、加入者に直接訴えることが可能な媒体を増やしていく必要があることから、全支部において、SNS(全世代に幅広く利用されているLINE)を活用した広報を展開。	令和6年度中に、全支部でLINEの運用開始
全支部共通 広報資材	・既存の広報資材(パンフレット・リーフレット・動画)の更なる活用を図るため、支部における活用状況やアンケート結果をもとに改善を図る。また、新たな共通コンテンツの作成に向けた検討を進める。 ・支部作成コンテンツの全国展開を順次進める。	[パンフレット・リーフレット・動画] ・令和6年度中に令和7年度版の修正完了 ・新たな共通コンテンツの作成に向け検討を進める [支部作成コンテンツ] 令和6年度を通して、順次展開

令和6年度千葉支部広報計画の概要

● 令和6年度の千葉支部の広報の取組方針

令和6年度の千葉支部広報計画においては、

- 協会の最重点広報テーマとして設定された、「健康づくりサイクルの定着」(毎年確実に健診を受診し、健診結果に応じた行動(特定保健指導の利用や医療機関への早期受診)をとることの重要性の周知を図る)について、積極的に取り組む。
- 重点広報テーマとしては、当支部の抱える健康課題の解決及び戦略的保険者機能の更なる発揮に向け、「医療費適正化」「重症化予防」「コラボヘルス」に係る広報を設定し取り組むこととする。
- また、特別広報テーマとしては、令和6年秋にマイナンバーカードと健康保険証の一体化が行われることを踏まえ、本部と連携の上、「マイナンバーカードの取得」「マイナ保険証の利用登録」を呼びかける。併せて、保険証の新規発行が原則廃止された後の混乱を防ぐため、資格確認書や記号番号通知書が発行されることなど、一体化に伴う変更点についても周知する。
- さらに、これまで当支部として実施してきた宣言事業所向けの「歯科健診」に係る受診率向上につながる広報と合わせて、千葉支部の健康課題のひとつ「咀嚼能力の低さ」を改善すべく、幅広いターゲットに対し歯科健診の重要性を周知するとともに認知度の向上を図る。
- そのほか、ホームページをより多くの加入者に閲覧してもらうための取組や、支部広報担当者の広報作成能力の向上のための人材育成を図る。

本計画に掲げた事項の実践を通じ、当支部の抱える課題を解決を図るため、計画的に 周知・広報し、加入者・事業主の一層の理解を得ていく。

● 令和6年度の千葉支部の広報の取組事項

取組	取組内容	スケジュール
ターゲットを意識した広報	制度の説明だけではなく協会の事業や状況を周知する観点から、ターゲット(事業主や担当者、加入者等)を意識した、広報紙の作成を実施する。	令和6年度を通じて実施
事業主・加入者が分かりやすく、見やすい広報	広報紙については紙面(スペース)が限られているため、文字数を少なく、ポイントのみを説明する形にするなど加入者・事業主が見やすく活用しやすい広報にする。 また、詳細はWEBサイトに誘導するように仕掛け、WEBサイトでは漫画やイラストを使用した親しみやすくわかりやすい広報を実施する。	広報誌については令和6年度を通じて実施 WEBサイトは四半期ごとに見直し
ホームページ・WEBサイトの充実	外部の専門家と共に、支部ホームページの見やすさ等を改善しホームページの充実を図るとともに、訴求力の高まるWEB広告やWEB特設サイトなどのサイトを作成する。	令和6年度を通じて実施
広報担当者のスキルアップ	支部広報担当者のスキルアップを図るため、専門的な知見を有した外部の広告作成業者等に定期的に支部に来訪いただき、広報紙やホームページの作成等についてアドバイスをいただく。	令和6年度を通じて実施

● 「最重点広報テーマ」に係る実施計画

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
健康づくりサイクルの定着	「①日々の健康づくり」「②毎年の健診受診」「③健診結果に応じて、問題が無ければ健康づくりを継続、生活習慣の改善が必要であれば特定保健指導を利用する、医療機関への受診が必要であれば早急に受診する」、健康を保持するにはこのサイクルを定着させることが重要であることを理解いただく。	加入者(40歳代)	<ul style="list-style-type: none"> WEB広告・新聞広告の実施 関係団体等の広報誌に広告記事を掲載 	令和6年10月～

● 「重点広報テーマ」に係る実施計画

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
医療費適正化(ジェネリック医薬品の使用促進、上手な医療のかかり方 など)	ジェネリック医薬品の使用促進を図るため、千葉県全域の広報も継続しつつ、千葉支部の課題に対しマイナス影響度の高い年齢層に向けた広報を実施する。	千葉支部の課題に対しマイナス影響度の高い年齢層	<ul style="list-style-type: none"> 関係団体と連携し、電車内中吊り広告、WEB広告、WEB特設サイト等で広報を実施 	令和7年2月
	従前の紙媒体でのリーフレットでは周知された人数、読まれた回数も限られるため、電子媒体によるリーフレットを作成し、ホームページに掲載することで、より多くの人に上手な医療のかかり方について周知を図る。	加入者・事業主	<ul style="list-style-type: none"> 電子データによるリーフレットを作成したうえでHPに掲載 	四半期ごと

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
重症化予防	労働局との連名で「従業員の健診結果を確認して、事業主から病院受診を勧めよう。」といった趣旨の記事を掲載したお知らせを事業所に配布する。	事業主・加入者	<ul style="list-style-type: none"> 納入告知書同封チラシへ記事掲載を実施 	令和6年6・10月
コラボヘルス	千葉支部において事業所が健康宣言を行う契機を調査したところ、ホームページの広報により宣言を行う事業所が多いため、更なるホームページの充実とWEB広告、特設サイトを作成し、新たな宣言事業所の拡大を図る。	事業主	<ul style="list-style-type: none"> HP、WEB広告、WEB特設サイトで広報の実施 	令和6年6月
	千葉支部の健康課題である「咀嚼能力」が全国平均と比較して低いため、課題解決に向けた健康宣言事業所を対象とした歯科健診事業の受診率向上のための広報を実施する。	健康宣言事業所の事業主・被保険者等	<ul style="list-style-type: none"> リーフレット、HP、メルマガ、納入告知書同封チラシ、健康保険委員広報紙による広報の実施 	令和6年8～9月
	千葉支部の健康課題である「喫煙率」が全国平均と比較して高いため、課題解決に向けた「禁煙おすすめ通知」事業の活用のため、健康宣言事業所をターゲットとした広報を実施する。	健康宣言事業所の事業主・被保険者等	<ul style="list-style-type: none"> リーフレット、ポスター、HP、メルマガ、納入告知書同封チラシ、健康保険委員広報紙による広報の実施 	令和6年8～9月

● 「特別広報テーマ」に係る実施計画

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
マイナンバーと健康保険証の一体化	<ul style="list-style-type: none"> ・令和6年秋にマイナンバーカードと健康保険証の一体化が行われることを踏まえ、より多くの方にマイナ保険証を利用いただくため「マイナンバーカードの取得」「マイナ保険証の利用登録」を呼びかける。 ・併せて、保険証の新規発行が原則廃止された後の混乱を防ぐため、資格確認書や記号番号通知書が発行されることなど、一体化に伴う変更点についても周知する。 	加入者・事業主	<ul style="list-style-type: none"> ・ WEB広告・新聞広告の実施 ・ 関係団体等の広報誌に広告記事を掲載 	令和6年5月

● 「その他の広報テーマ」に係る実施計画

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
歯科健診受診を呼びかける新聞折り込みチラシ	千葉支部の健康課題のひとつ「咀嚼能力の低さ」を改善する。咀嚼能力の改善はメタボリックシンドローム該当者の増加を抑えることにも繋がるものとする。	千葉市内で新聞を購読している世帯	<ul style="list-style-type: none"> ・ 千葉市内で新聞購読している16万世帯に歯科健診を勧めるチラシを折り込む（特定の新聞社への記事掲載より、新聞記事を読まない層を含めたより多くの県民の目に留まる可能性のある新聞折込チラシを利用して、歯科健診受診を勧める） 	令和6年10月

令和6年度 広報スケジュール(概要)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
協会けんぽの 主な事業及び 広報計画にお ける広報テーマ	・R6年度事業 開始 ・保険料率の改定 (任継) ※【最】最重点広報テーマ 【重】重点広報テーマ 【特】特別広報テーマ 【他】その他の広報テーマ	・【特】マイナ保険 証広報	・【重】労働局連名 受診勧奨 ・【重】健康宣言特 設サイト・WEB 広告	・R5年度事業報 告、決算発表	・【重】健康課題 (咀嚼・喫煙)広 報	・【重】健康課題 (咀嚼・喫煙)広 報	・被扶養者資格再 確認業務 ・【最】健康づくり サイクルの定着広報 ・【重】労働局連名 受診勧奨 ・【他】歯科健診受 診勧奨折込チラシ	・上手な医療のか かり方月間 ・健康保険委員表 彰伝達式	・【特】健康保険証 の廃止(マイナ 保険証に一本 化)	・医療費通知の 発送	・令和7年度保険 料率の決定 ・健康保険委員研 修会 ・【重】ジェネリック 医薬品広報	・保険料率の改定 予算・事業計画 の決定 ・健診申込の開始	
定期広報 ・けんぽだより ・社会保険ちば ・ルマガ、HP、(SNS)	健康保険制度、保健事業、医療費適正化、インセンティブ制度、保険料率などを周知												
各種広報紙 ・協会けんぽちば <small>※健康保険委員向け</small> ・健康経営®応援マガジン <small>※健康宣言事業所向け</small>		協会けんぽ ちば		協会けんぽ ちば		協会けんぽ ちば		協会けんぽ ちば		協会けんぽ ちば			
	健康経営® 応援マガジン		健康経営® 応援マガジン		健康経営® 応援マガジン		健康経営® 応援マガジン		健康経営® 応援マガジン				
マスコミ関係	プレスリリース(随時)等、メディアへの働きかけ												
							新聞広告 <small>【最】健康づくり サイクルの定着</small>		新聞広告 <small>(医療費適正化)</small>		新聞広告 <small>(保険料率)</small>		
研修会、 セミナー等 ・健康保険委員研修会 ・その他説明会 など	各種研修会や説明会の講師(随時)												
		算定基礎 説明会						健保委員 表彰伝達式			健保委員 研修会		
広報ツール	全支部共通広報動画(YouTube)												
			【重】健康宣言特設サイト開設・WEB広告										
	協会けんぽ GUIDEBOOK		電子リーフレット <small>【重】医療費適正化等</small>		電子リーフレット <small>【重】医療費適正化等</small>				電子リーフレット <small>【重】医療費適正化等</small>		電子リーフレット <small>【重】医療費適正化等</small>		
その他							新聞折込チラシ <small>【他】歯科健診勧奨</small>				電車中吊り等 <small>(ジェネリック広報)</small>		

※各月の具体的な広報事項は参考資料2「令和6年度千葉支部広報実施計画(案)」を参照

千葉支部作成の主な広報媒体について

1. けんぽだより

- ・毎月年金機構から県内の各事業所に送付する納入告知書に同封するチラシ
- ・毎月20日頃に送付
- ・サイズはA4両面(紙面2ページ)(1回のみA3両面二つ折り(紙面4ページ))
- ・送付事業所数:約98,900社に送付(R6年1月現在)

2. メールマガジン

- ・毎月第2金曜日に配信
- ・千葉支部作成記事のほか、千葉県から提供される「ちば健康コラム」を掲載
- ・送付件数:6,503件(R6年1月配信実績)

3. 協会けんぽちば

- ・健康保険委員向け広報紙
- ・四半期に一度(5月、8月、10月、1月)送付
- ・健康保険委員数:7,039名(R5年12月末時点)
- ・サイズはA3両面二つ折り(紙面4ページ) + 各種チラシ、広報ツール等

4. 健康経営® 応援マガジン

- ・健康宣言事業所向け広報紙
- ・四半期に一度(4月、7月、9月、12月)送付
- ・健康宣言事業所数:1,318事業所(R5年12月末時点)
- ・サイズはA4冊子(紙面20~30ページ) + 各種チラシ、広報ツール等

5. 社会保険ちば(原稿提供)

- ・千葉県社会保険協会ホームページ及び広報誌
- ・「協会けんぽ千葉支部からのお知らせ」を掲載、
- ・ホームページは毎月月初更新、サイズはA4(紙面2ページ)
- ・広報誌は四半期に一度発行、サイズはA4(紙面1ページ)
- ・発行部数:13,000部(R4年度事業報告書より)

《けんぽだより》



《協会けんぽちば》



《健康経営® 応援マガジン》



《参考》 令和6年度千葉支部事業計画(案) (広報関係抜粋)

(1) 基盤的保険者機能の盤石化

I) 健全な財政運営

- ・ 今後、更に厳しさが増すことが予想される協会の保険財政について、協会決算や今後の見通しに関する情報発信を積極的に行う。

II) 業務改革の実践と業務品質の向上

② サービス水準の向上

- ・ OJT及び研修の実施による相談業務の品質向上を図り、加入者や事業主からの相談・照会についての的確に対応する。加えて、加入者のニーズを踏まえたわかりやすい広報を行い相談業務の効率化に繋げる。

⑤ 債権管理・回収と返納金債権発生防止の強化

- ・ 日本年金機構と連携し、資格喪失時における保険証の返納について、事業所等へ周知徹底を図る。併せて、オンライン資格確認やレセプト振替・分割による無資格受診の発生抑止効果をより向上させるため、事業所から早期かつ適正な届出が行われるよう、周知広報を実施する。また、派遣業者等の外国人雇用の多い事業所に対し、多言語による退職後の保険証の使用についてのリーフレット等を送付し、保険証回収の強化につなげる。

III) ICT化の推進

① オンライン資格確認等システムの周知徹底

- ・ 医療DXの基盤であるオンライン資格確認等システムについて、制度の概要やメリットを加入者・事業主に周知する。特に、2023年1月より運用が開始された電子処方箋については、重複投薬の防止など、良質かつ効率的な医療の提供に繋がることから、加入者・事業主にその意義を理解いただけるよう、関係団体との「顔の見える地域ネットワーク」を活用した働きかけや、地元メディアも含めた様々な広報媒体を活用し、周知する。

② マイナンバーカードと健康保険証の一体化への対応

- ・ マイナンバーカードと健康保険証の一体化後も加入者が適切な保険診療を効率的かつ支障なく受けられるよう、マイナンバーカードの健康保険証利用を推進するため、関係団体との「顔の見える地域ネットワーク」を活用した働きかけや、地元メディアも含めた様々な広報媒体を活用し、周知する。

(2) 戦略的保険者機能の一層の発揮

II) 健康づくり

④ 重症化予防対策の推進

- ・ 事業主が健診結果を確認して従業員に受診を勧めるよう、労働局と連名でメッセージを発信する。

⑤ コラボヘルスの推進

- ・ 健康宣言について、健康宣言事業所(以下「宣言事業所」という。)数の拡大や、宣言事業所に対するフォローアップを目的に、健康づくりに効果的な広報やホームページの充実を図る。また、自治体やパートナー企業と連携を強化した取組を推進する。
- ・ 若年期から高齢期までの生涯を通じた加入者の健康増進を見据え、40歳未満も含めた医療費・健診データの分析に基づく地域や業態、年代別などの健康課題(喫煙や食生活、咀嚼能力)に着目した実効性のある新たなポピュレーションアプローチ等を検討する。

III) 医療費適正化

① 医療資源の適正使用

i) ジェネリック医薬品の使用促進

- ・ 関係団体等との協力連携の強化を図りオール千葉体制での取組を推進し、統一感を持った広報を展開する。

iii) 上手な医療のかかり方

- ・ 医療データの分析結果等を活用しながら、不要不急の時間外受診や休日受診等の「上手な医療のかかり方」について、加入者や事業主に対して効果的な働きかけを行う。
- ・ 医療資源の適正使用の観点から、かかりつけ医を持つことの意義、セルフメディケーションの推進やリフィル処方箋の仕組みについて、加入者への周知・啓発を図る。

③ インセンティブ制度の実施及び検証

- ・ 加入者及び事業主にインセンティブ制度の仕組みや意義を理解いただけるよう、ホームページやメールマガジン、事業所あての広報チラシ等を活用し周知広報を行う。
- ・ 関係団体を通じた周知広報として、商工会議所等への訪問説明や広報誌への記事掲載依頼を行う。

IV) 広報活動や「顔の見える地域ネットワーク」を通じた加入者等の理解促進

- 協会の運営の持続可能性を維持するためには、医療費適正化の意義や健康づくり等の協会の取組内容について、加入者・事業主に正確に理解していただくことが必要である。
- このため、統一的・計画的・効果的な広報の取組を強化し、協会として目指すべき広報の姿を示す「広報基本方針」に基づき、具体的な広報内容・広報スケジュールを提示する「支部広報計画」を策定し、実施する。
- 具体的には、
 - i. 加入者・事業主目線で、分かりやすく、アクセスしやすい広報を実施するためホームページの充実を図り、SNSによる情報発信を推進する
 - ii. 広報テーマに応じた広報資材の活用と多様な広報媒体や手法を組み合わせた効果的な広報を実施する
 - iii. 地域・職域特性を踏まえ、関係団体との「顔の見える地域ネットワーク」や、加入者にとって身近な存在である健康保険委員を活用して、きめ細かな広報を行う
 - iv. 評価・検証・改善のプロセス(PDCAサイクル)を回すことを基本姿勢とし、協会の財政状況や医療費適正化・健康づくり等の取組について、地元メディアを活用したより積極的な発信を行い、加入者・事業主に一層の理解・協力を求めていく
- 健康保険委員についてホームページやメールマガジン、事業所あての広報チラシ等を活用し委嘱拡大に取り組む。
- 健康保険委員活動の活性化を図るため、健康保険委員向けの研修会の充実や広報誌等を通じたタイムリーな情報提供を行う。また、更に健康保険委員の活動を活性化させる取組について検討する。

※広報の実施等に関して直接的な記述があるもののみを抜粋。